

Le référencement

« La première condition pour qu'un site puisse être référencé avec efficacité c'est qu'il ait du contenu intéressant et fréquemment mis à jour »

Objectif du référencement : améliorer la « notoriété » d'un site web en faisant connaître son existence auprès des moteurs de recherche, annuaires et autres sites internet ou supports numériques (ex. liens sur des docs PDF) et ainsi augmenter le nombre de visiteurs qualifiés

1. Pour déclarer l'existence d'un site il suffit la plupart du temps d'aller sur la page concernée du site (ex. Google ou abondance) même s'il existe des procédures plus complexes pour les sites ayant un important volume d'information (voir point 5 – sitemaps) C'est la plupart du temps gratuit, sauf certains sites payants (annuaire Yahoo pour certaines rubriques) et annuaires spécialisés (guide du mariage).
 - Les offres « référencement pour 30€ sur 1500 moteurs » ne servent à rien.
 - Il y a quelques annuaires intéressants comme DMOZ ou annuaires spécialisés (ex. annuaires par métiers, (annuaire du mariage) ou gérés par les collectivités (Chambres de commerce, régions, villes, etc.) ou encore sites communautaires (WRI)
2. La notion de « backlink » ; l'obtention de liens vers le site que l'on souhaite référencer est un des points essentiels du référencement, et historiquement la première méthode de référencement.
3. Les liens ont deux rôles :
 - D'abord amener des visiteurs qui suivent les liens (c'est le cas par exemple pour les annuaires spécialisés (ex salon du mariage) et pour les moteurs de recherche (Google, Yahoo, etc.) ainsi ils augmentent directement le nombre de visiteurs
 - Mais surtout ils entrent dans le calcul de « notoriété » (la notoriété chez Google est un concept qui renvoie au nombre de liens qui pointe vers un site donné) de Google et probablement d'autres moteurs de recherche. La notoriété elle-même entre dans les paramètres qui servent à Google pour classer les sites. C'est dans cette perspective qu'on pratique les échanges de liens. Plus le nombre de liens renvoyant vers un site est important, mieux il est considéré (surtout quand les sites ont un rapport thématique). De cette façon, les liens améliorent le « positionnement » du site dans les moteurs de recherche et augmentent indirectement le nombre de visiteurs.
 - Historiquement, le calcul de notoriété était le premier et le seul algorithme de Google pour le positionnement. Aujourd'hui on estime qu'environ 200 critères entrent dans le calcul du positionnement. Il y a même des cas où on peut vérifier que ce critère n'a aucun rôle (ex. location et vacances)
 - L'échange de liens fait donc partie de la stratégie des webmasters pour améliorer leur notoriété et visibilité. En fait l'échange de liens n'est vraiment efficace qu'avec des sites ayant un bon « page rank » ou PR ce qu'on peut vérifier avec la barre Google (démo). *Est populaire celui qui est pointé par des sites populaires eux-mêmes.* Mieux vaut donc privilégier la qualité à la quantité.
On peut connaître le nombre de backlink grâce à la fonction link de Google (très incomplète) ou mieux aux webmaster tools (liens démo)

- La politique de liens s'élargit également aux forums, sites partenaires, Documents PDF, etc.
- Pour placer des liens chez les autres, il faut être tout d'abord poli, et agir ensuite avec discernement. Ne donner des liens sur un forum que si quelqu'un en fait la demande (par ex. « est-ce que quelqu'un connaît la recette de ... » et à ce moment-là vous faites un lien vers votre site) sinon vous allez très vite être considéré comme un spammeur et éjecté. N'oubliez pas que l'objectif le plus important sur le long terme est l'image de la société. Ne faites donc rien qui risque de ternir cette image.

4. L'optimisation du site pour le référencement.

- L'unité de base pour le référencement est la page. Une page peut servir à référencer un mot ou une expression, mais pas plus. Si vous voulez être positionné sur 10 mots-clés il vous faut au moins 10 pages.
- Les balises title (élément aujourd'hui le plus important pour les moteurs et les clics)
 - Chaque balise title doit être unique sur l'ensemble du site (sinon c'est considéré comme « duplicate content » ex. webmaster tools)
 - Chaque balise title doit correspondre par les mots utilisés au contenu de la page, et du mot ou expression que l'on souhaite indexer sur cette page (ex. « paella » ou « recette paella » ou « paella recette » n'auront pas le même impact, et on ne peut pas référencer plus d'un mot par page)
 - L'ordre des mots est important
 - Eviter les mots inutiles
 - Ecrire pour le lecteur aussi ! Sinon il ne cliquera pas sur le lien. Il faut que le titre soit clairement compréhensible.
- les balises description (élément le plus important pour les clics après le titre)
 - elles n'interviennent probablement plus dans l'algo de Google (Google dixit) mais c'est de la rédaction de cette balise description que va dépendre le fait que le lecteur cliquera ou pas sur le lien (copy writing) Le texte doit donc être explicite et accrocheur. 256 caractères disponibles, autant les utiliser. Le nombre de clics sur un lien est pris en compte par Google
 - Chaque balise description doit être unique (sinon duplicate content)
- Les balises « h1, h2 ... h6 »

utilisées depuis le début du web pour le titrage, la présence de ces balises est prise en compte par Google dans son algorithme. La présence de la Balise h1 est importante. Elle doit être placée en haut de page, et de préférence utilisée une seule fois dans la page. On doit y placer le mot-clé ou l'expression à référencer pour la page
- Les gras et italiques sont pris en compte pour l'importance des mots-clés dans la page on peut donc mettre une version en gras et une en italique du mot-clé principal
- les balises « alt » des images sont également prises en compte et sont également importantes pour l'accessibilité du site
- le nom des images est également important : utiliser mot-cle.jpg plutôt que 1324455.jpg cela permet également que les images soient prises en compte par le moteur de recherche d'images de Google et affichées en bonne place dans les résultats de recherche (ex paella)
- le contenu du texte lui-même : au moins 300 caractères par page pour être pris en compte par les moteurs (sauf exception) pas trop lourd non plus...
- La « densité » des mots-clés est importante dans la page. Plus la page est longue plus le mot-clé doit être répété, avec de préférence une densité plus importante dans le début du document
- Le temps passé sur la page est important (si le contenu n'est pas intéressant les gens ne restent pas longtemps)

- Le temps de chargement de la page est ou sera pris en compte (optimisation des pages avec Firebug)
- La qualité du code est prise en compte (cas où la page n'a pas été créée avec un CMS Google n'aime pas les erreurs à vérifier avec code validator du W3C dans la mesure du possible)
- Le nom et l'URL du fichier plus l'URL est proche de la racine du site plus le contenu est considéré comme important.
Ex: <http://toto.com/moncontenu.html> contre <http://toto.com/dossier1/dossier2/moncontenu.html>
- Les identifiants de session et autres paramètres d'URLs dynamiques peuvent handicaper l'indexation des sites. On a recours alors à la réécriture d'URLs.
Ex : http://toto.com/index.php?recette_id=38400&titre=marinade
réécrit en : <http://toto.com/recette-marinade.html>
- Le nom des fichiers eux-mêmes peut avoir une influence sur le référencement dans la mesure où le nom du fichier est mis en gras dans Google s'il correspond au mot recherché (ex paella)

5. Les fichiers spéciaux liés au référencement

- robots.txt : fichier spécifiant les répertoires à lire ou ne pas lire pour les robots des moteurs de recherche (répertoires protégés comme l'administration) ex. cuisine-pn
- sitemap.xml : fichier au format xml comprenant l'ensemble des URL du site permettant ainsi aux robots du site de parcourir plus rapidement le site (repris par Bing, Yahoo et probablement les autres robots à l'avenir) ex. cuisine_pn
- .htaccess Une partie des instructions de ce fichier peuvent porter sur la réécriture d'URL de façon à améliorer le référencement. (ex. cuisine_pn)

6. Les outils d'analyse :

- positionnement dans les moteurs et comparaison avec les mieux placés.
- opportunité du choix des mots-clés (par exemple avec insight for search et adwords pour la concurrence)
- outils abondance.com

7. Comment préparer la démarche de référencement en amont ?

- Faire un premier choix de mots-clés général autour de l'activité du site
- Etudier les différentes combinaisons possibles et existantes de mots-clés intéressants (insight for search, adwords) en tenant compte de l'intérêt et de la concurrence
- privilégier les mots-clés les plus pertinents par rapport à votre activité (« vente de panneaux photovoltaïques » plutôt que « photovoltaïque ») et éviter dans un premier temps les mots trop génériques. Vous pourrez toujours vous y attaquer ultérieurement (un référencement se construit dans la durée avec des objectifs qui évoluent)
- Suivre ensuite sur Adwords les mots-clés qui génèrent le plus de ventes (impossible à connaître a priori)
- Le référencement doit générer un trafic *qualifié* plutôt qu'un trafic important. C'est pourquoi il faut bien choisir les mots-clés sur lesquels on veut se positionner.

8. Affiliation et comparateurs de prix

- Un moyen de recruter des visiteurs consiste également à référencer son site sur des comparateurs de prix (kelkoo) ou à recruter des affiliés. Cette démarche est un peu

annexe au référencement proprement dit car elle est rarement gratuite.

9. Quelques rectifications sur les idées fausses concernant le référencement

- Le référencement n'est pas une science, et nombre de sociétés vendent du vent
- Personne ne connaît dans son ensemble l'algorithme de classement de Google (même pas ceux qui le conçoivent, ils sont divisés en équipes qui ne partagent pas leurs informations)
- L'objectif de Google est de gagner de l'argent en vendant sa publicité, et pas de nourrir une profession (celle des référenceurs) qui gagne sa vie à ses dépens.
- Il découle du point précédent que le jour où il deviendra plus cher et plus compliqué de référencer de façon stable et pérenne un site par des moyens « naturels » qu'en payant Google (adwords), la profession de référenceur disparaîtra pour l'essentiel, et Google gagnera beaucoup plus d'argent. Que croyez-vous qu'il va se passer ?

Pour en apprendre plus sur le référencement :

<http://www.webrankinfo.com/>

<http://www.abondance.com/>